

Inhalt

Vorwort	VII
1 Einleitung	1
1.1 Eigentlich muss man verrückt sein	2
1.2 Faszination Ökonomie	3
2 Fallstudie Teekampagne	5
2.1 Die Entstehungsgeschichte der Idee	5
2.2 Ökonomisch vernünftig handeln	7
2.3 Funktion statt Konvention	7
2.4 „Keine Ahnung von der Praxis“	8
2.5 Wie das Ganze finanzieren?	10
2.6 Ein gutes Konzept eröffnet viele Möglichkeiten	11
2.7 Der Hauptaspekt gerät in den Hintergrund	13
2.8 Die Qualität der Idee gibt den Ausschlag	14
3 Konzept-kreative Gründungen	19
3.1 Olivenöl	19
3.2 Das konventionelle Büro neu denken	20
3.3 RatioDrink	21
3.4 Direkt zur Kanzlerin	24
4 Stiefkind Konzept – Es lohnt, an der Idee zu arbeiten	27
4.1 Es geht nicht um flüchtige Ideen oder Einfälle	27
4.2 Ein eigenes Ideenkonzept entwickeln	32
4.3 Erfindung und Innovation unterscheiden	33
4.4 Entrepreneurship von Business Administration unterscheiden	35

4.5	Patente oder neue Technologien sind nur Rohmaterial	38
4.6	Was ein gutes unternehmerisches Konzept leisten muss	42
4.7	Am Puzzle arbeiten	47
4.8	Ein Ideenkunstwerk schaffen	50
4.9	Wer das Prinzip verstanden hat, kann viele Unternehmen gründen	53
4.10	Erfolgreiche Unternehmen entstehen im Kopf	56
5	Der Überforderungsfall entgehen	63
5.1	Der Unternehmer als Alleskönner – Warum wir diesen Zopf abschneiden müssen	63
5.2	Wissen um die eigene Unwissenheit oder: Die Kunst des Beurteilens und Kooperierens	67
5.3	Wo die Gründungsberatung versagt – Das Beispiel der Künstlerin Dorothee	71
5.4	„Selbständig sein heißt, alles selbst zu machen und das ständig“	72
5.5	Einfachste kaufmännische Prinzipien befolgen	78
5.6	Andersartigen Konzepten Raum lassen	80
5.7	Das Abenteuerrestaurant	81
	5.7.1 Entrepreneurship und politisches Dogma	82
	5.7.2 Lernen außerhalb von Schule	83
	5.7.3 Die Idee	84
	5.7.4 Die Flausen ausgetrieben	86
6	Gründen aus Komponenten	89
6.1	Gründen live	89
6.2	Komponenten einsetzen	92
	6.2.1 Unternehmen mit Flügeln	93

6.2.2	Ein Beispiel	95
6.2.3	Unternehmen als Ideengebilde	98
6.3	Wachstumskrisen den Boden entziehen	99
6.4	„Embedded Knowledge“ (eingebettetes Wissen) nutzen	102
7	Im Konzert der Großen mitspielen	107
7.1	Können Sie sich vorstellen, eine Industrieanlage zu bauen?	107
7.2	Leistungspakete einkaufen	108
7.3	Komponieren Sie Ihr Unternehmen	109
7.4	Ein Beispiel: Wie man Zahnbürsten preiswerter macht	113
7.5	Fehlt es an Kapital?	116
7.6	Persönlichkeit statt Anonymität	119
7.7	Haben Sie selbst Lust auf eine kleine Unternehmung bekommen?	121
7.8	Marktführer über Nacht	125
7.9	Ein Unternehmen zum Mitmachen – Die CO ₂ -Kampagne	127
7.10	Gründen – noch während der Festanstellung	130
8	Wie Sie Ihr eigenes High-Potential-Konzept erarbeiten – Das Labor für Entrepreneurship	133
8.1	Die Idee „öffnen“	135
8.1.1	Herausfinden, was den Gründer wirklich bewegt	138
8.1.2	Neue Sichtachsen ausprobieren	139
8.2	Sieben Techniken zur Ausarbeitung eines Entrepreneurial Design	142
8.2.1	Potenzial in Vorhandenem entdecken	144
8.2.2	Funktion statt Konvention	145
8.2.3	Vorhandenes neu kombinieren	147

8.2.4	Mehr als nur eine Funktion erfüllen ...	148
8.2.5	Probleme als Chance verstehen	150
8.2.6	Arbeit in Spaß und Unterhaltung verwandeln	152
8.2.7	Visionen Wirklichkeit werden lassen	153
8.3	Über den Sinn und Unsinn von Businessplänen	154
8.4	... und wie kann ich auf meine Gründung aufmerksam machen?	157
8.4.1	Von null auf eins	157
8.4.2	Wir sind die Marken	160
8.4.3	Lust an der Inszenierung	163
8.4.4	... aber es geht auch ohne	166
8.5	Die Flaschenbaustein-Idee	167
9	Entrepreneurship als Herausforderung	171
9.1	Setzen Sie sich für ein Anliegen ein – Go for a cause	173
9.2	Mythos Gewinnmaximierung	174
9.3	Social Entrepreneurship	176
9.4	Muss man zum Entrepreneur geboren sein?... ..	183
9.4.1	„Viel zu schwierig?“	184
9.4.2	Nicht die Ressource, sondern das Konzept gibt den Ausschlag	187
9.5	Entrepreneure braucht das Land	189
9.6	Entrepreneurship ist Abenteuerurlaub	191
9.7	Die Person rückt in den Mittelpunkt	195
9.8	Grundprinzip menschlichen Gestaltungswillens: Effizienz	198
9.9	Aktiv am Marktgeschehen teilnehmen	200
9.10	„Ein leerer Sack kann nicht aufrecht stehen“ – Die zweite Stufe der Aufklärung zünden	201

10 Von Denkgewohnheiten Abschied nehmen – Aus der Vergangenheit nicht auf die Zukunft schließen	205
10.1 Was tun, wenn die ökonomische Basis wegbricht? – Das Beispiel Manaus, Brasilien	206
10.2 Wir brauchen innovative Gründungen	211
10.3 ... aber es muss nicht immer Hightech sein ...	212
10.4 Initialzündung im Ideenraum – cultural entrepreneurship	215
10.5 Bereitet unser Bildungssystem auf Entrepreneurship vor?	219
10.6 Ist der Unternehmensgeist ausgewandert? ...	222
10.7 Declaration of Independence	225
11 Aufforderung zum Tanz	229
Anhang	233
Jeder kann Entrepreneur werden	
Interview mit Professor Muhammad Yunus (Auszug) ...	233
Anmerkungen	237
Literaturverzeichnis	243
Der Autor	248
Dank	250